

**PENGARUH *ELECTRONIC WORD OF MOUTH* TERHADAP CITRA  
MEREK DAN NIAT BELI PADA MIE GACOAN YOGYAKARTA**

**Skripsi**

**Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Mencapai Derajat Sarjana**

**Manajemen (S1)**

**Pada Program Studi Manajemen**

**Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Atma Jaya Yogyakarta**



**Disusun Oleh:**

**Adrinus Hembra Billa**

**NPM: 14 03 21642**

**FAKULTAS BISNIS DAN EKONOMIKA  
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA  
YOGYAKARTA  
DESEMBER 2019**

**Skripsi**

**PENGARUH *ELECTRONIC WORD OF MOUTH* TERHADAP CITRA  
MEREK DAN NIAT BELI PADA MIE GACOAN YOGYAKARTA**

**Disusun oleh:**

**Adrianus Hembra Billa**

**NPM: 14 03 21642**

**Telah dibaca dan disetujui oleh:**

**Pembimbing**



**Mahestu N. Krisjanti, SE. M.Sc.IB Ph.D**

**15 November 2019**

**Skripsi**

**PENGARUH *ELECTRONIC WORD OF MOUTH* TERHADAP CITRA  
MEREK DAN NIAT BELI PADA MIE GACOAN YOGYAKARTA**

Yang dipersiapkan dan disusun oleh

**Adrianus Hembra Billa**

**NPM: 14 03 21642**

Telah dipertahankan di depan Panitia Penguji pada tanggal 6 Desember 2019 dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima sebagai salah satu persyaratan untuk mencapai gelar Sarjana Managemen (S1) Program Studi Manajemen Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Atma Jaya Yogyakarta

**SUSUNAN PANITIA PENGUJI**

**Ketua Panitia Penguji**

Prof. Dr. Shellyana Junaedi, SE. M.Si

**Anggota Panitia Penguji**

Drs. C Jarot Priyogutomo, MBA

Mahestu N. Krisjanti, MSc. IB., Ph.D.

**Yogyakarta, 6 Desember 2019**  
**Dekan Fakultas Bisnis dan Ekonomika**  
**Universitas Atma Jaya Yogyakarta**



**Drs. Budi Suprpto, M.B.A., Ph.D**

## **PERNYATAAN**

Saya yang bertanda tangan di bawah ini dengan sesungguhnya menyatakan bahwa skripsi dengan judul:

### **PENGARUH *ELECTRONIC WORD OF MOUTH* TERHADAP CITRA MEREK DAN NIAT BELI PADA MIE GACOAN YOGYAKARTA**

benar-benar hasil karya saya sendiri. Pernyataan, ide, maupun kutipan baik langsung maupun tidak langsung yang bersumber dari tulisan atau ide orang lain dinyatakan secara tertulis dalam skripsi ini dalam catatan perut dan daftar pustaka. Apabila dikemudian hari terbukti bahwa saya melakukan plagiasi sebagian atau seluruhnya dari skripsi ini, maka gelar dan ijazah yang saya peroleh dinyatakan batal dan akan saya kembalikan kepada universitas Atma Jaya Yogyakarta.

Yogyakarta, 6 Desember 2019

Yang menyatakan



**Adrianus Hembra Billa**

## **KATA PENGANTAR**

Puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa, karena berkat rahmat dan karunia-Nya penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini dengan baik dan lancar dari awal sampai akhir. Penulisan skripsi ini diajukan untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana Manajemen (S1) pada Program Studi Manajemen Universitas Atma Jaya Yogyakarta. Judul yang penulis ajukan adalah:

### **PENGARUH *ELECTRONIC WORD OF MOUTH* TERHADAP CITRA MEREK DAN NIAT BELI PADA MIE GACOAN YOGYAKARTA**

Dalam penyusunan dan penulisan skripsi ini tak lepas dari berbagai bantuan, bimbingan, arahan serta dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dalam kesempatan ini penulis dengan senang hati menyampaikan terima kasih kepada:

1. Penyelenggaraan Tuhan Yesus atas berkat dan karunia-Nya sampai detik ini.
2. Keluarga tercinta, Papa Albert, Mama Agustina, Ika, Meldi, Renol, Richard, dan Grinti serta Om dan Tante serta keluarga besar Yosep Kanda Biri atas dukungan dan doa dalam proses penyelesaian skripsi ini. Doa kalian adalah nyawa bagi penulis.
3. Ibu Mahestu N. Krisjanti, SE. M.Sc.IB Ph.D selaku dosen pembimbing yang dengan sabarnya mengarahkan dan memotivasi penulis dalam penyusunan skripsi ini.
4. Segenap responden yang telah bersedia meluangkan waktu untuk mengisi kuesioner dalam skripsi ini.

5. Seluruh dosen, karyawan, dan jajaran dekanat Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Atma Jaya Yogyakarta. Terima kasih atas ilmu dan bimbingan yang telah diberikan kepada penulis.
6. Teman-teman UKM Sepak Bola Universitas Atma Jaya Yogyakarta.
7. Teman seperjuangan Willy, Joel, Umbu, Aryo, Fefe, Raymond, Vendy, Willi C., Stephen, Reza, Wisnu, Danang, dan Okta yang membantu penulis dalam teknis penyusunan skripsi. Sukses untuk kalian.
8. Teman-teman Frater di Wisma Sang Penebus Nandan, terima kasih sudah menjadi tempat bertukar pikiran.
9. Sahabat satu hati Kaks Roy, Firman, Tino, Anis Mayorga, Ian Bili, Dedi Sangu, dan Ivan Holo
10. Kawan Ketapang 75 Region Tengah Nugl, Ryan, Nita, Tangi, Erico, Mawar, Ellen, Gatot, Markus, Niel, Adit, Gabby, Mega dan Gusli terima kasih atas pengalaman 2 sks yang luar biasa.
11. Keluarga API Family Yogyakarta yang mengajarkan persahabatan dan persaudaraan bagi penulis.
12. Anda Luri Yogyakarta angkatan 2014.
13. Saudara dan Saudariku di Jogja Titin Ede, Sri Teku, Niken Rambu, Tya Sari, Ino Manna, Yuni Ina, Icha, Inya manna, Arnold, Cevin dan semua yang tidak sempat saya sebutkan namanya satu per satu.
14. Kontrakan Parto Sentono Brotherhood beserta Ny. Parto Sentono selaku pemilik kontrakan.

15. Kepada siapa saja atas suntikan semangat kalian kepada penulis yang belum disebutkan satu per satu. Teriring doa dan terima kasih.

Akhir kata, penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh sebab itu penulis mengharapkan kritik dan saran yang berguna bagi kemajuan penelitian ini ke depannya. Semoga skripsi ini mampu memberikan manfaat bagi penelitian selanjutnya dan bagi semua orang yang membacanya.



Yogyakarta, 6 Desember 2019

Adrianus Hembra Billa



## MOTTO

“Kesalahan orang-orang pandai ialah menganggap yang lain bodoh, dan kesalahan orang-orang bodoh ialah menganggap orang lain pandai”

### **-Pramoedya Ananta Toer-**

“Hanya ada 2 pilihan, menjadi apatis atau mengikuti arus. Tetapi aku memilih untuk jadi manusia merdeka”

—Soe Hok Gie, Catatan Seorang Demonstran—

“Once you bid farewell to discipline you say goodbye to success.”

—Sir Alex Ferguson—



## DAFTAR ISI

Lembar Persetujuan .....	i
Lembar Pengesahan.....	ii
Halaman Pernyataan .....	iii
Kata Pengantar .....	iv
Motto .....	vii
Daftar Isi .....	viii
Daftar Tabel .....	xi
Daftar Gambar .....	xii
Daftar Lampiran .....	xiii
Abstrak .....	xiv
BAB I PENDAHULUAN .....	1
1.1. Latar Belakang Masalah .....	1
1.2. Rumusan Masalah .....	9
1.3. Tujuan Penelitian .....	10
1.4. Manfaat Penelitian .....	10
1.5. Sistematika Penulisan .....	11
BAB II TINJAUAN PUSTAKA .....	13
2.1. ..Komunikasi <i>Word of Mouth</i> .....	13
2.2. <i>Electronic Word of Mouth (eWOM)</i> .....	14
2.3. Merek.....	17
2.4. Citra Merek .....	18
2.5. Niat Beli.....	19
2.6. Model Penelitian .....	21
2.7. Penelitian Terdahulu.....	21
2.8. Pengembangan Hipotesis.....	26
BAB III METODOLOGI PENELITIAN .....	31
3.1. Bentuk Penelitian .....	31
3.2. Lokasi Penelitian .....	31

3.3. Populasi dan Sampel.....	31
3.3.1. Populasi .....	31
3.3.2. Sampel.....	32
3.4. Metode Pengumpulan Data .....	32
3.5. Metode Pengukuran Data.....	33
3.6. Metode Pengujian Instrumen	
3.6.1. Uji Validitas .....	35
3.6.2. Uji Reliabilitas .....	36
3.7. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas .....	37
3.8. Metode Analisis Data .....	38
3.8.1. Analisis Statistik Deskriptif Responden .....	39
3.8.2. Analisis Regresi Sederhana .....	39
3.8.3. Analisis Regresi Berganda.....	40
3.8.4. Uji Mediasi dengan Analisis Path .....	41
3.8.5. Analisis <i>Independent Sample T-test</i> .....	43
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>45</b>
4.1. Deskripsi Obyek Penelitian .....	45
4.2. Analisis Karakteristik Demografi Responden.....	46
4.3. Analisis Regresi Linear Sederhana .....	47
4.3.1. Pegujian Pengaruh <i>eWOM</i> Terhadap Citra Merek .....	47
4.3.2. Pegujian Pengaruh <i>eWOM</i> Terhadap Niat Beli .....	49
4.3.3. Pegujian Pengaruh Citra Merek Terhadap Niat Beli .....	50
4.4. Analisis Regresi Linear Berganda .....	51
4.5. Analisis jalur ( <i>Path Analysis</i> ).....	53
4.6. Analisis Uji Beda <i>eWOM</i> , Citra Merek dan Niat Beli.....	55
4.7. Pembahasan Hasil Penelitian .....	58
<b>BAB V PENUTUP .....</b>	<b>61</b>
5.1. Kesimpulan .....	61
5.2. Implikasi Manajerial .....	63
5.3. Keterbatasan Penelitian dan Saran .....	66



## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Ringkasan Penelitian Terdahulu .....	21
Tabel 3.1 Variabel Penelitian dan Definsi Operasional Variabel .....	34
Tabel 3.2 Sebelum dan sesudah face validity .....	36
Tabel 3.3 Hasil Uji Validitas.....	37
Tabel 3.4 Hasil Uji Reliabilitas .....	38
Tabel 4.1 Hasil Analisis Karakterisitik Demografi Berdasarkan Jenis Kelamin Responden .....	46
Tabel 4.2 Hasil Analisis Karakterisitik Demografi Berdasarkan usia Responden .....	47
Tabel 4.3 Hasil Model Regresi Linear Sederhana Pengujian Pengaruh eWOM terhadap Citra Merek .....	48
Tabel 4.4 Hasil Model Regresi Linear Sederhana Pengujian Pengaruh eWOM terhadap Niat Beli.....	49
Tabel 4.5 Hasil Uji Regresi Linear Sederhana Pengaruh Citra Merek terhadap Niat Beli.....	50
Tabel 4.6 Hasil Uji Regresi Linear Berganda pengaruh eWOM dan citra merek terhadap Niat Beli.....	51
Tabel 4.7 Hasil Uji Analisis Mediasi .....	53
Tabel 4.8 Hasil Uji Beda Independent Sample T-test berdasarkan Usia.....	55
Tabel 4.9 Hasil Uji Beda Independent Sample T-test berdasarkan Jenis Kelamin.....	56

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Data waktu yang dihabiskan di Sosial Media.....	1
Gambar 1.2 Akun Instagram Mie Gacoan.....	7
Gambar 1.3 Foodblogger Mereview Mie Gacoan.....	8
Gambar 1.4 Komentar Konsumen tentang Mie Gacoan.....	8
Gambar 2.1 Kerangka penelitian.....	21
Gambar 3.1 Model Regresi Sederhana Pengaruh eWOM terhadap Citra Merek .....	39
Gambar 3.2 Model Regresi Sederhana Pengaruh eWOM terhadap Niat Beli....	40
Gambar 3.3 Model Regresi Sederhana Pengaruh Citra Merek Terhadap Niat Beli.....	40
Gambar 3.4 Model Regresi Berganda .....	41
Gambar 3.5 Pengaruh Mediasi Citra Merek terhadap eWOM dan Niat Beli.....	42
Gambar 3.6 Klasifikasi Tipe Mediasi.....	43
Gambar 4.1 Model hubungan antara Ewom, Citra Merek dan Niat Beli.....	53

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran I Kuesioner .....	72
Lampiran II Kuesioner Online.....	77
Lampiran III Data Responden .....	83
Lampiran IV Uji Validitas dan Reliabilitas .....	90
Lampiran V Hasil Regresi Sederhana dan Berganda ....	94
Lampiran VI Hasil Regresi Uji Beda.....	99
Lampiran VII Jurnal Acuan.....	104



**PENGARUH *ELECTRONIC WORD OF MOUTH* TERHADAP CITRA  
MEREK DAN NIAT BELI PADA MIE GACOAN YOGYAKARTA**

**Adrianus Hembra Billa**

**Mahestu N. Krisjanti,**

Program Studi Manajemen, Fakultas Bisnis dan Ekonomika, Universitas Atma  
Jaya Yogyakarta

Jalan Babarsari 43-44, Yogyakarta

**Abstrak**

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh *electronic word of mouth* terhadap citra merek dan niat beli pada Mie Gacoan Yogyakarta. Penelitian ini mengambil responden mahasiswa dan masyarakat umum yang ada di Yogyakarta. Jumlah responden yang diambil yaitu sebanyak 139. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah metode *purposive sampling*; dan pengumpulan data dilakukan dengan mengisi kuesioner online. Data dianalisis menggunakan regresi sederhana dengan bantuan computer program SPSS versi 23.0 *for windows*.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *electronic word of mouth* memiliki pengaruh terhadap citra merek. Begitu juga dengan penelitian mengenai *electronic word of mouth* memiliki pengaruh terhadap niat beli. Serta citra merek memiliki pengaruh terhadap niat beli dan citra merek memediasi antara *electronic word of mouth* dan niat beli.

**Kata kunci:** *electronic word of mouth*, citra merek, dan niat beli.